

PERANCANGAN *WEBSITE* PROMOSI KEPARIWISATAAN

KOTA PADANGSIDIMPUAN

JURNAL



Oleh :

NOVITA SARI SITUMORANG

14027034/2014

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN SENI RUPA

FAKULTAS BAHASA DAN SENI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

PERANCANGAN *WEBSTE* PROMOSI KEPARIWISATAAN

KOTA PADANGSIDIMPUAN

Novita Sari Situmorang¹, Syafwan², Heldi³
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Seni Rupa
FBS Universitas Negeri Padang
Email: nopitasarisitumorang@gmail.com

ABSTRAK

Minimnya pengenalan dan informasi mengenai kepariwisataan di Kota Padangsidempuan mengenai sejarah, letak geografis, objek wisata alam, ikon kota, dan kuliner menjadi faktor utama penulis untuk merancang *website* promosi kepariwisataan Kota Padangsidempuan. *Website* merupakan media yang banyak digunakan pada zaman modren saat ini, karena kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan informasi secara cepat dan akurat dengan jangkauan *audience* yang luas. Metode perancangan *website* promosi kepariwisataan Kota Padangsidempuan ini dimulai dari pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Masalah yang terjadi dapat diketahui dan diidentifikasi melalui analisis data yang diperoleh dengan menggunakan teori 5W+1H (*What, Who, Where, When, Why, How*). Metode tersebut digunakan untuk memecahkan masalah dan memicu munculnya ide-ide untuk menyelesaikan masalah dalam perancangan *website* promosi kepariwisataan Kota Padangsidempuan. Media utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah *website*. Media utama dilengkapi dengan media pendukung seperti poster, *web banner*, gantungan kunci, *t-shirt*, stiker, *mug*, buku saku yang bertujuan untuk memperkuat penerapan media utama.

Keyword : Website, Promosi, Kepariwisataan

¹Mahasiswa penulis karya akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

²Pembimbing I, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

ABSTRACT

Tourism information in Padangsidempuan about history, geographic location, nature tourism, city icons, and culinary is lacking. The potential palace is the main factor of the author to design a promotion website for tourism in Padangsidempuan city. The website is the medium that is widely used in today's modern era. This is due to rapid technological development and needs communication to get information quickly and accurately with a wide audience. The method of designing website promotion of Padangsidempuan city starts from collecting data through observations, interviews, and documentations. So that the problem can be known and identification of the problem can be analyzed using the 5W+1H theory (What, Who, Where, When, Why, How). The method can help to solve problems and trigger the emergence of ideas to solve problems in the design website to promote tourism in Padangsidempuan city. The main medium used in this promotion is website with supporting media such as poster, web banner, key chains, t-shirts, stickers, mug, and pocket books.

Keyword : Website, Promotion, Tourism

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi membawa perubahan yang sangat besar terhadap media informasi dan komunikasi sehingga memiliki jangkauan yang luas dan dapat diakses secara global. Kebutuhan informasi melalui teknologi pun semakin diminati oleh semua kalangan masyarakat, baik masyarakat awan maupun kaum intelektual. Hal ini berkaitan dengan pengelolaan informasi manual secara bertahap diganti dengan pengelolaan informasi yang lebih efektif dan efisien dengan adanya teknologi.

Kemajuan teknologi seperti internet menjadikan informasi dapat diperoleh dengan cepat dan tidak terbatas oleh waktu dan tempat. Internet membuat munculnya media-media yang dapat memberikan informasi yang interaktif kepada penggunanya. *Website* termasuk salah satu media interaktif yang informatif dan komunikatif untuk memberikan informasi baik dalam bentuk teks, gambar, dan suara kepada *audience*. Sibero (2013:11) "*Worlds Wide Web (W3)* atau yang dikenal juga dengan istilah *web* adalah suatu sistem yang berkaitan dengan dokumen sebagai media untuk menampilkan teks, gambar, multimedia, dan lainnya pada jaringan internet". Keberadaan internet membuat *website* dapat diakses dimanapun dan kapanpun sehingga jangkauan *audience* yang dimiliki akan lebih luas lagi dan sangat cocok untuk mempromosikan kepariwisataan suatu daerah.

Pariwisata sebagai sektor yang berperan penting dalam perkembangan suatu daerah dapat meningkatkan pendapatan daerah tersebut. Pendit dalam Hasan (2016:20) mendefinisikan "Pariwisata sebagai suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya". Pentingnya penyampaian informasi dan komunikasi dalam mempromosikan kepariwisataan untuk memperkenalkan keindahan dari pariwisata tidak terlepas dari pemilihan media promosi yang digunakan, salah satu daerah yang memiliki potensi kepariwisataan adalah Kota Padangsidempuan.

Kota Padangsidempuan secara geografis terletak 432 km dari Kota Medan Ibukota Provinsi Sumatera Utara dengan wilayah dikelilingi oleh Kabupaten Tapanuli Selatan. Sumber daya alam yang dimiliki Kota Padangsidempuan

menjadikannya sebagai pusat kota dagang dan jasa dengan sektor-sektor yang memadai. Posisi Kota Padangsidempuan memiliki akses darat yang strategis, karena menjadi jalur penghubung antara berbagai pusat pertumbuhan di wilayah Sumatera dan membuat Padangsidempuan menjadi kota yang lebih berkembang. Sumber penghasilan di Kota Padangsidempuan sendiri berasal dari sektor perkebunan salak dan menjadi salah satu daerah penghasil salak terbesar di Sumatera Utara. Salak menjadi ikon Kota Padangsidempuan sejak tahun 1990-an yang dikenal dengan sebutan Kota Salak.

Padangsidempuan memiliki beberapa tempat potensial pariwisata yang menjanjikan, baik yang telah dikelola secara formal maupun tempat wisata yang terbentuk secara alami. Promosi kepariwisataan di Kota Padangsidempuan belum optimal sehingga masih banyak wisatawan yang tidak mengetahui keberadaan objek wisata di Kota Padangsidempuan dan hanya menganggap Kota Salak ini sebagai kota pelintasan saja. Pentingnya informasi yang lebih rinci mengenai Kota Padangsidempuan melalui media yang dapat membantu Pemerintah dalam mempromosikan Kota Salak ini.

Perancangan media promosi haruslah informatif dan komunikatif sehingga memiliki daya tarik yang berdampak pada perkembangan kepariwisataan di Kota Padangsidempuan. Oleh sebab itu penulis merasa perlu melakukan sebuah promosi menggunakan media yang tepat sasaran seperti *website*. Penggunaan media informasi melalui *website* ini diharapkan dapat menjadi salah satu langkah alternatif yang akan menginformasikan kepada masyarakat dan wisatawan mengenai potensi-potensi kepariwisataan yang ada di Kota Padangsidempuan.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik merancang sebuah media promosi *website*, sehingga penulis dapat menginformasikan kepada masyarakat dan wisatawan tentang kepariwisataan di Kota Padangsidempuan, untuk itu judul laporan dari karya akhir ini adalah **“Perancangan Website Promosi Kepariwisata Kota Padangsidempuan”**.

B. METODE ANALISIS DATA

Metode analisis data yang penulis gunakan dalam perancangan *website* promosi kepariwisataan Kota Padangsidempuan adalah teori 5W+1H. Yin (2013:14) mengatakan “Menggunakan metode 5W+1H untuk menentukan jawaban yang telah diketahui mengenai suatu objek, agar penulis dapat mengembangkan pertanyaan-pertanyaan yang lebih tajam dan bermakna”.

1. What (apa), apa masalahnya?

Promosi kepariwisataan di Kota Padangsidempuan belum informatif dan komunikatif sehingga wisatawan tidak mengetahui informasi tentang kepariwisataan di Kota Padangsidempuan. Pentingnya perancangan media promosi yang memberikan informasi sehingga dapat menambah kunjungan wisatawan.

2. Who (siapa), siapa target audience nya?

Target *audience* perancangan *website* promosi kepariwisataan Kota Padangsidempuan adalah laki-laki dan perempuan, umur 21-30 tahun yang memiliki ketertarikan dengan pariwisata.

3. Where (dimana), dimana masalah ini terjadi?

Lokasi berada di Kota Padangsidempuan, Provinsi Sumatera Utara. Promosi yang dilakukan belum optimal sehingga banyak wisatawan yang tidak mengetahui tentang pariwisata di Kota ini.

4. Why (mengapa), mengapa masalah ini terjadi?

Karena kurangnya informasi yang diperoleh masyarakat dan promosi kepariwisataan yang dilakukan belum optimal untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Padangsidempuan.

5. When (kapan), kapan masalah ini terjadi?

Masalah ini terjadi pada saat ini, mengingat masih banyaknya masyarakat yang merasa asing dengan kepariwisataan di Kota Padangsidempuan.

6. How (bagaimana), bagaimana cara mengatasi masalah ini?

Berdasarkan dari beberapa penjelasan di atas, penulis memilih media promosi berupa *website* karena dilihat dari situasi dan kondisi yang ada

memang perancangan dari *website* ini informatif dan komunikatif bagi target *audience* dengan jangkauan yang luas dan dapat diakses dimanapun dan kapanpun.

C. PEMBAHASAN

1. Pembahasan Media Utama

a. *Website*

Website berisikan halaman informasi yang dapat diakses seluruh dunia melalui jaringan internet. Menurut Hidayat dalam Desfadlianto (2015:9) “*Website* adalah sekumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau bergerak, animasi, suara, dan gabungan semuanya”. Keutamaan *website* yaitu memiliki jangkauan yang luas yang dan dapat diakses dimanapun dan kapanpun dengan adanya internet. Menurut Hidayat dalam Mayasari (2016:7) “*website* merupakan sebuah halaman informasi yang dapat dilihat jika komputer terkoneksi dengan internet, dengan adanya internet semua orang di dunia bisa mendapatkan dan mengelola informasi dengan berbagai sumber yang tersedia di internet”.

Website promosi kepariwisataan Kota Padangsidempuan ini dibuat berdasarkan dengan beberapa tahapan yaitu tahapan pencarian ide dan menentukan *flowchart* untuk memperkenalkan kepariwisataan Kota Padangsidempuan, untuk itu penulis menggunakan ciri khas Kota Padangsidempuan ke dalam elemen-elemen *website*, seperti pemilihan warna, ilustrasi, dan *tagline*. *Website* memiliki jangkauan yang luas sehingga dapat menjangkau *audience* yang banyak. Penggunaan *website* sebagai media utama dalam promosi kepariwisataan Kota Padangsidempuan diharapkan dapat mencapai target *audience* dalam memperoleh informasi yang lebih mudah, dapat diakses dimanapun dan kapanpun mengenai profil, destinasi wisata, dan kuliner di Kota Padangsidempuan.

b. Layout

Layout merupakan tata letak yang dipakai untuk mengatur sebuah komposisi dalam sebuah desain, seperti huruf teks, garis, bidang, gambar, bentuk pada konteks tertentu. Kelana dkk (2018:7) “Konsep *layout* terdiri dari susunan teks dan foto”. *Layout* situs merupakan tata letak elemen halaman *website*. Perancangan *layout* yang baik akan menjadikan halaman *website* yang baik juga.

Layout yang penulis gunakan dalam perancangan ini dibuat dengan sederhana dan mengutamakan fokus pada konten sehingga memudahkan pengguna *website* untuk memperoleh informasi. *Layout* pada *website* menggunakan bentuk *axial layout* dengan tampilan tata letak yang memiliki objek visual yang kuat di tengah halaman dan dikelilingi oleh tampilan elemen pendukung. Perancangan *website* ini penulis menggunakan foto dari objek wisata sebagai gambar utama dengan penjelasan objek wisata disekelilingnya serta tombol navigasi yang memudahkan pengguna *website* mengakses halaman lainnya.

c. Konsep Kreatif

1. Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif perancangan *website* promosi kepariwisataan Kota Padangsidempuan yang ingin dicapai yaitu untuk menyampaikan informasi kepada target *audience* secara lengkap, komunikatif, dan dapat diakses dengan mudah. Pendekatan yang digunakan secara rasional namun tetap dikemas secara menarik, sehingga informasi yang disampaikan tercapai secara efektif.

2. Strategi Kreatif

Perancangan ini dibuat sederhana, menarik, informatif, dan komunikatif. Desain dibuat dengan menggabungkan gambar, tipografi, warna sebagai pendukung bentuk pesan yang disampaikan untuk mencapai sasaran. Konsep perancangan ini diambil berdasarkan ikon Kota Padangsidempuan yaitu buah salak.

Konsep ini dipilih karena dianggap cocok untuk menggambarkan Kota Padangsidimpuan yang dikenal dengan sebutan Kota Salak. Konsep dirancang sederhana, menarik, dapat dikenali, dan diingat oleh target *audience*.

3. Program Kreatif

a) Pesan verbal

Perancangan media utama dan beberapa media pendukung dirancang semenarik mungkin dengan menonjolkan kelebihan dan keunggulan yang dimiliki oleh Kota Padangsidimpuan tentunya melalui pesan yang baik dan tepat sasaran. Pesan yang akan disampaikan berisi tentang informasi mengenai kepariwisataan di Kota Padangsidimpuan. Pesan verbal yang digunakan mengarah kepada Kota Padangsidimpuan yang dikenal dengan sebutan “Kota Salak” dan slogan kota yaitu “*salumpat saindege*”.

b) Key visual

Pesan visual merupakan informasi yang disampaikan berupa tampilan yang dapat dilihat. Pesan visual dipakai untuk memberikan kesan menarik bagi setiap orang yang melihatnya. Pesan visual yang akan ditampilkan pada media promosi ini adalah foto dari objek wisata yang ada di Kota Padangsidimpuan.

d. Final Art Work

1) Website

Perancangan *website* promosi kepariwisataan Kota Padangsidimpuan memperlihatkan kepada *audience* tentang informasi mengenai kepariwisataan di Kota Padangsidimpuan.

Informasi yang terdapat dalam *website* menampilkan profil kota, destinasi wisata alam, ikon kota dan kuliner.

a) *Home page*

Home page adalah halaman pertama yang ditampilkan ketika *audience* mengakses *website*. *Header* pada *website* berisikan logo dari Kota Padangsidimpuan dan menu navigasi yang menjadi akses ke halaman berikutnya. Halaman *home* ini berisikan informasi singkat mengenai objek wisata.



Gambar 1. *Homepage website*

b) Halaman Profil

Halaman profil pada *website* berisikan informasi mengenai Kota Padangsidempuan seperti letak geografis, sejarah, dan visi & misi Kota Padangsidempuan.

The screenshot displays the official website of Kota Padangsidempuan. At the top, there is a navigation menu with links for HOME, PROFIL, WISATA ALAM, BERKHAZI, KULBER, GALERI, and KONTAK. Below the menu is a large banner image showing a panoramic view of the city and surrounding hills. The main content area is titled 'LETAK GEOGRAFIS KOTA PADANGSIDEMPUAN' and contains text describing the city's location, including its coordinates (08°51'00" LU and 101°00'00" BT) and its elevation. Below this is a section titled 'SEJARAH KOTA PADANGSIDEMPUAN' which provides a brief history of the city. The 'VISI' section outlines the city's vision, and the 'MISI' section lists the city's mission. At the bottom of the page, there is a 'Leave Us Message' form with fields for Name, Email, and Message, and a 'Send' button. The footer contains social media icons and contact information.

Gambar 2. Halaman profil *website*

c) **Halaman Wisata alam**

Halaman wisata alam ada *website* berisikan informasi mengenai objek wisata alam yang ada di Kota Padangsidimpuan. Foto dari setiap objek akan ditampilkan bergantian dengan *motion* secara horizontal.



Gambar 3. Halaman wisata alam

d) **Halaman ikon kota**

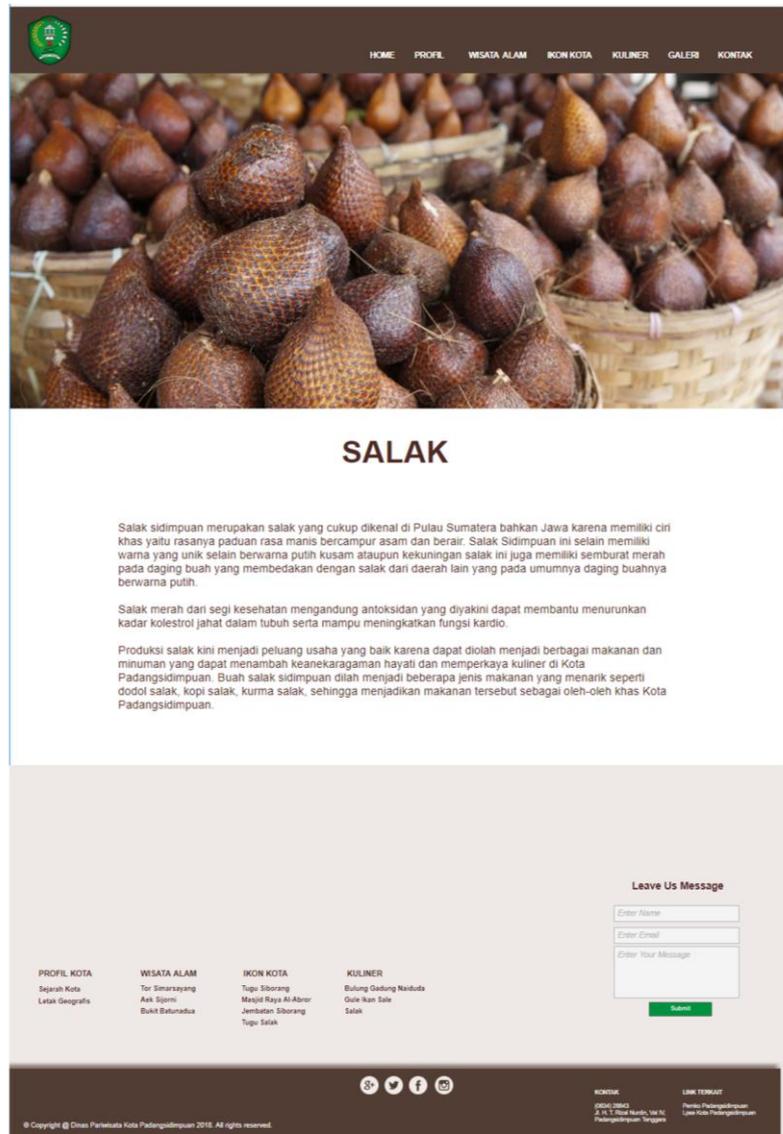
Halaman ikon kota pada *website* menampilkan informasi setiap tempat yang menjadi ikon Kota Padangsidimpuan. Akses ke halaman lainnya bisa melalui *header* dan *footer website*.



Gambar 4. Halaman ikon kota *website*

e) **Halaman wisata kuliner**

Halaman wisata kuliner pada *website* berisikan cara memasak kuliner khas di Kota Padangsidimpuan.

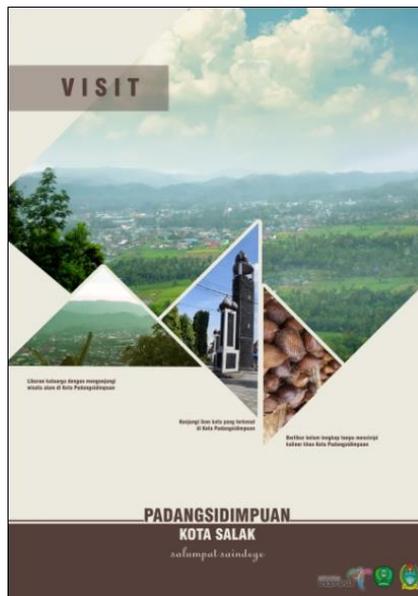


Gambar 5. Halaman kuliner website

2. Media Pendukung

Perancangan *website* promosi kepariwisataan Kota Padangsidempuan ini didukung dengan beberapa media pendukung sebagai berikut.

a. Poster



b. Gantungan kunci



c. Web banner



d. Stiker



e. Baju kaos



f. Mug



g. Buku saku



D. KESIMPULAN DAN SARAN

1. KESIMPULAN

Website merupakan media yang banyak digunakan pada zaman modern saat ini dikarenakan perkembangan teknologi yang sangat pesat dan banyaknya kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan informasi secara cepat dan akurat. *Website* dapat menyampaikan informasi dengan jangkauan *audience* yang luas dimanapun dan kapanpun dengan adanya internet. Perancangan *website* ini bertujuan untuk menginformasikan kepada *audience* mengenai kepariwisataan Kota Padangsidimpuan yang terdiri dari sejarah, letak geografis, objek wisata alam, ikon kota, dan kuliner. Perancangan *website* ini diharapkan dapat mempromosikan

kepariwisataan di kota padangsidempuan dan dapat menambah kunjungan domestiknya.

2. SARAN

- a. Perancangan *website* promosi kepariwisataan kota padangsidempuan ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi *audience*.
- b. *Website* ini diharapkan dapat direspon positif oleh masyarakat dan mengapresiasi dengan meningkatkan kepariwisataan yang lebih baik dimasa yang akan datang.

DAFTAR RUJUKAN

- Desfadlianto, D., Syafwan & Riri Trinanda (2016). *Perancangan Company Profile Cafe Rumah Bako Melalui Media Website. dekave, 4 (1)*.
- Hasan, Shandi M. 2016. "Strategi Pengembangan Wisata Kota Cirebon Menuju Destinasi Utama Wisata Religi". *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Kelana, dkk. 2018. *Perancangan Booklet Wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang di Kabupaten Solok Selatan*". *dekave7, no. 2 (2018)*.
- Leoni, D. R., Syafwan, Afriwan (2017). *Redesain Website Objek Wisata Kota Sawahlunto. dekave, 4(1)*.
- Putri Mayasari, D., Syafwan, & Dini Faisal (2017). *Promosi Objek Wisata Alam Pulau Belibis dan Taman Pramuka di Kota Solok melalui Media Website. dekave, 5(1)*.
- Sibero, Alexander FK. 2013. *Web Programming Power Pack*. Yogyakarta: MediaKom.